

学校编码：10384

学 号：17920091150795



分类号_____密级_____

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

福建移动无线上网业务营销策略研究

Research on the Marketing Strategy for Wireless Internet

Service of FMCC

孙翔云

指导教师姓名：朱平辉 教授

专 业 名 称：工商管理 (MBA)

论文提交时间：2012 年 4 月

论文答辩日期：2012 年 5 月

学位授予日期： 年 月

答辩委员会主席_____

评 阅 人_____

2012 年 5 月

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题(组)的研究成果，获得（ ）课题(组)经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1.经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2.不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打"√"或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人(签名)：

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

摘 要

当今世界已进入移动互联网时代，传统语音业务虽然仍是运营商收入的主要构成部分，但受互联网应用替代作用越来越明显，业务量和业务收入增幅大幅下降，部分地区甚至已出现负增长情况。同时，随着 3G 技术的日趋成熟、4G 技术的演进、智能手机的迅猛发展和快速普及，以及互联网客户规模和手机客户规模的快速增长，客户使用无线上网需求快速发展，网络数据流量激增，移动互联网正在进入一个快速成长阶段，逐渐成长为具有巨大潜力的市场。

对于运营商而言，无线高速上网业务不仅是通信市场发展的走向、未来收入增长的重点来源，而且该业务的好坏也成为影响客户选择运营商的重要因素，因此运营好无线上网业务是当今通信运营商面临的重要课题。近年来，中国移动通信集团采取各种举措推动无线上网业务的发展，福建分公司（下文简称福建移动）也积极采取各种公司推进业务的发展，但从发展的成效看，福建移动无线上网业务的客户增幅、流量增幅、收入增幅均落后与整个集团的平均水平，且福建移动无线上网业务产生的流量的网络承载结构不佳，流量的快速增长已给目前承载着移动 70%以上收入型传统业务的 GSM 网络带来网络质量下降的威胁，这将直接影响到福建移动绝大部分客户的网络质量感知！如何做好无线上网业务的运营，提升客户、流量、收入增幅，赶上集团平均水平，同时做好网络流量的分流，给客户提供最优质的通信网络服务，确保客户满意度是福建移动当前面临的重要课题！

本文通过描述无线上网的概念和国内外无线上网业务的发展，利用 PEST 理论模型分析了无线上网的营销环境，得出中国移动发展无线上网业务充满机遇，但也面临重重挑战和威胁；同时结合“4P、4C、4R、4S”理论，对福建移动无线上网业务的客户、产品、价格、渠道、促销、服务等情况进行了审视，找到这些方面存在的不足，并在此基础上提出营销策略建议。

关键词：中国移动；无线上网；4P、4C 营销理论

厦门大学博硕士论文摘要库

Abstract

Today the world has entered the era of mobile Internet, through the traditional voice business still be the main component of the operator's income, but by the Internet application substitute effect becomes more and more obvious, the volume and the income of voice business drops considerably, some areas had even been decrease. At the same time, along with the 3G technology, 4G technology evolution, intelligent mobile phone 's rapidly growth and popularity of the Internet, as well as the customer size and scale of the rapid growth of mobile phone customers, customer demands of wireless internet access develop rapidly, network data flow surges, mobile Internet is entering a stage of rapid growth, has gradually grown into a great potential market.

For operators, wireless high-speed Internet service is not only the trend of the development of communication market, the future income growth focused source, but the business has also become an important factor which influence customer's choices of operator, therefore the wireless Internet service has become an important issue facing the communications operators. In recent years, CMCC initiatives to promote the development of wireless Internet business, FMCC(one subsidiary of CMCC) also actively promote it's development, but the growth rate of customer number and income of wireless Internet service of FMCC is lower than average level of whole Group, and the FMCC's wireless Internet business's Data flow network bearing structure is poor, traffic's rapidly growth has Bring network quality declining threat to the GSM network which carrying more than 70% of Cash cow traditional business ,which will directly affect the customers' network quality perception of FMCC. How to operate the Wireless Internet Service and increase the growth rate of customer number、traffic and revenue to catch up with the group average and how to Improved Data flow network bearing structure to provide the highest quality communications network services to ensure that customer's satisfaction has become an important issue which FMCC currently facing!

This paper describes the concept of Wireless Internet Service and it's development at home and abroad, also use PEST theory model to analysis the marketing environment of the business, than it get the conclusions that CMCC's development of this service is full of opportunities, but also face

many challenges and threats. The article also used the "4P, 4C, 4R, 4S" theory to look at the marketing factor of "customer、 product、 price、 place、 promotion、 services" of FMCC's Wireless Internet Service to find out the shortcomings, and give the suggestions on the marketing strategy of the service.

Key Words: China Mobile; Wireless Internet Service; 4P、 4C Marketing Theory

厦门大学博硕士论文摘要库

目 录

第一章 导论	1
第一节 研究的背景和意义	1
第二节 研究内容与方法	2
第二章 相关理论综述	5
第一节 客户关系生命周期理论	5
第二节 PEST 宏观环境分析	6
第三节 市场营销中“4P”“4C”“4R”“4S”策略及其组合应用	7
第三章 福建移动无线上网业务经营现状分析	11
第一节 业务简介	11
第二节 业务发展现状分析	13
第三节 外部环境分析	17
第三节 内因分析	23
第四章 营销策略建议	40
第一节 客户细分与生命周期策略	40
第二节 产品策略	41
第三节 价格策略	44
第四节 渠道策略	45
第五节 促销策略	46
第六节 服务策略	47
第七节 具体营销模式设计	48
第五章 总结展望	53
第一节 研究结论	53
第二节 存在不足与进一步研究建议	54
参考文献	55
致 谢	56

厦门大学博硕士论文摘要库

Contents

Chapter 1 Introduction	1
Section 1 Research Background and Signification.....	1
Section 2 Research Content and Approach.....	2
Chapter 2 Theory Summary	5
Section 1 Customer relationship life cycle theory	5
Section 2 PEST Macro-environment model.....	6
Section 3 Marketing"4P""4C""4R""4S" strategy and its application.....	7
Chapter 3 FMCC Wireless Internet business situation analysis	11
Section 1 Business Profile	11
Section 2 Business development present situation analysis.....	13
Section 3 External environment analysis	17
Section 4 Internal analysis.....	23
Chapter 4 Marketing strategy	40
Section 1 Customer segmentation and life cycle strategies	40
Section 2 Product strategy	41
Section 3 Price strategy.....	44
Section 4 Place strategy.....	45
Section 5 Promotion strategy	46
Section 6 Service strategy	47
Section 7 Specific marketing mode design	48
Chapter 5 Conclusions and Prospects.....	53
Section 1 Conclusions.....	53
Section 2 Deficiencies and Further Work.....	54
References.....	55
Acknowledgements	56

厦门大学博士论文摘要库

第一章 导论

第一节 研究的背景和意义

中国移动通信集团成立于 2000 年，是年推出了 GPRS^①无线上网业务，客户可通过中国移动无线网络，使用手机、笔记本电脑等移动设备访问互联网，使用互联网上的各种应用。近年来，随着智能手机、笔记本电脑的普及，手机、笔记本等可移动设备日益成为互联网最新接入终端，同时随着 3G^②移动通信网络的发展完善和 WLAN^③网络的大面积补强覆盖，无线上网条件日益成熟，各种面向移动终端的互联网应用快速发展，移动互联网正以蓬勃的生命力快速发展，移动互联网是互联网向无线领域的延伸，互联网与移动的融合，将使移动互联网用户快速增长，带来新兴市场和新的增长空间。近六年来，中国移动无线上网用户平均每年比上年增长 74%，上网流量平均每年比上年增长高达 166%，无线上网收入平均每年比上年增长达 54%。全球各大主要运营商的移动数据流量均以极高的速度增长，2010 年，全球移动数据流量同比增长 159%，2010-2015 年全球移动数据流量复合增长率将达 92%，当今世界已进入移动互联网时代！

随着移动互联网的高速发展，传统通信业务被新兴互联网应用替代趋势加剧，如传统语音通信业务被 VOIP（基于 IP 技术的通过互联网传送的语音通信服务）替代，短信被微博、即时通讯（QQ、飞信等）替代，移动应用下载被 APP STORE、安卓市场替代等，传统通信业务增长放缓甚至负增长。在这种情况下，电信运营商急需寻找新的业务和收入增长点，迎合市场发展的需求，提供稳定、快速的无线上网业务和基于此的各项增值业务，做好全业务^④运营已成为当今通

① GPRS：通用分组无线服务技术（General Packet Radio Service）的简称，它是 GSM 移动电话用户可用的一种移动数据业务，通常被描述为 2.5 代移动通信技术，在第三代技术出来前，主要用于支持数据业务。

② 第三代移动通信技术（3rd-generation, 3G），是指支持高速数据传输的蜂窝移动通讯技术。3G 服务能够同时传送声音及数据信息，速率一般在几百 kbps 以上。目前 3G 存在四种标准：CDMA2000，WCDMA，TD-SCDMA，WiMAX。

③ WLAN：无线局域网(Wireless Local Area Networks；WLAN)，以无线方式构成的局域网。

④ 狭义的全业务运营，是指同时经营移动、固定、数据网络，全方位开展接入服务、通信业务、增值业务、内容应用的运营模式。广义的全业务运营，是指涵盖电信、互联网、多媒体、娱乐、消费电子、金融、健康、社区等多个业务领域，全方位满足客户的生活、工作需求，提供通信、内容、应用和服务的跨行业、跨地域的运营模式。

信运营商布局未来的重点战略。

作为全球客户数最多的通信运营商，中国移动在 2G 移动通信市场的发展上取得了卓著成就，但随着 2008 年中国电信业重组和 2009 年 3G 牌照的发放，移动领域通信市场新增加了一个具有固网、有线宽带深厚运营基础的全业务运营综合实力强大竞争对手——中国电信，同时老竞争对手——中国联通由于取得了当今世界最成熟的 WCDMA 3G 制式和与之相配套的完善的产业链支撑，在 3G 全业务竞争上实力大大增强。2009 年以来，两大竞争对手纷纷加大移动、固话、宽带的融合运营力度，同时加大了在 3G 网络、终端等优势方面的宣传，强力打造 3G 品牌形象；而中国移动获得 3G 运营制式为中国自主创新的 TD-SCDMA，相对于竞争对手使用的另两个主要 3G 标准 CDMA2000 和 WCDMA 起步较晚，技术不够成熟，相配套的终端^①品牌不全、款式较少、性能相对落后，而且中国移动缺少宽带业务运营经验，在 3G 全业务运营方面基础薄弱，近年来，中国移动的净增市场份额下降，客户满意领先度缩小。而经过调查，3G 业务中最受客户欢迎，客户需求最大的业务就是高速无线上网，在大部分客户的认知中，高速无线上网业务基本上等同于 3G！因此该业务运营的好坏在越来越大程度上影响着客户对运营商的选择，运营好无线上网业务对中国移动而言，不仅是新的收入增长点，也对巩固市场领先地位具有重大意义！

近年来，中国移动通信集团各省公司纷纷加强了移动无线上网业务的策略研究，采取各种措施推进无线上网业务的发展。作为沿海省份的福建移动公司在无线上网业务发展方面起步早，特别是 WAP 业务在 2004-2005 年的发展高居集团前列，但 2010-2011 年来，福建移动无线上网业务发展步伐开始放慢，无线上网的客户数、业务量、业务收入的增幅都落后于全集团平均水平，业务发展在集团的排名逐渐落后，审视该业务运营中存在的问题，找出落后的原因，提出改善建议成为公司运营当前面临的重要课题。

第二节 研究内容与方法

本文拟运用 PEST 理论分析福建移动无线上网业务发展的外部宏观环境，结合营销“4P、4C、4R、4S”理论模型和竞争对手比较分析来审视公司当前无线上

^① 终端这里指手机、无线上网卡、支持 TD-SCDMA 的笔记本电脑等接入设备，目前主要以手机为主。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库